**Przeznaczenie** PL-015

| | |
|---|---|
| **Tytuł zajęć i forma** | **STRATEGIA MARKETINGOWA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH** |
| **Cel zajęć** | 1. Przekazanie podstawowej wiedzy na temat technologii informacyjno-komunikacyjnych i ich wykorzystania<br>2. w działałaniach marketingowych przedsiębiorstw.<br>3. Przekazanie wiedzy na temat mediów społecznościowych<br>4. i ich wykorzystania w działałaniach marketingowych przedsiębiorstw.<br>5. Zbudowanie umiejętności projektowania działań marketingowych w mediach społecznościowych. |
| **Słowa kluczowe** | Media społecznościowe, technologie informacyjno-komunikacyjne (TIK), działania marketingowe w social mediach. |
| **Ramy czasowe** | 45 minut |
| **Grupa docelowa** | Uczniowie szkół średnich, uczestniczący w lekcjach przedsiębiorczości. |
| **Narzędzia i pomoce dydaktyczne** | Konspekt zajęć, mini wykład (prezentacja w aplikacji Power Point). |
| **Adnotacje** | |

**Część metodologiczna**

**Przebieg zajęć:**

1. **Wprowadzenie do tematu zajęć**

   Zmiana podejścia do klienta przejawiająca się zmianą stawianych przed marketingiem przedsiębiorstw celów, natury podejmowanych działań oraz sposobu komunikacji powoduje konieczność zmiany podejścia do rodzaju wykorzystywanych mediów. Możliwości jakie dają technologie informacyjno-komunikacyjne spowodowały ich powszechne wykorzystanie w praktyce przedsiębiorstw, w szczególności w ich działaniach marketingowych. Obszarem szczególnego zainteresowania są social media, które pozwalają na dotarcie do dużej liczby odbiorców, niejednokrotnie przy bardzo niskich kosztach. Niestety duża liczba firm, która konkuruje w ten sposób o klienta powoduje, że proponowane działania muszą być nie tylko kreatywne, ale także przemyślane.

2. **Zapoznanie uczniów z tematyką wymagań stawianych dobrym nazwom marek**

- Giełda pomysłów: Czy ktoś z Was może podać przykłady działań marketingowych firm w social mediach? Z jakimi działaniami

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

| | |
|---|---|
| | marketingowymi w mediach społecznościowych spotkaliście się ostatnio?<br>Osoba prowadząca pyta o pomysły przedstawione przez uczniów, podsumowuje.<br>Rozbudza ciekawość uczestników.<br><br>• Mini wykład – prezentacja.<br><br>3. Utrwalenie wiedzy związanej z tematyką nazw marek i logotypów.<br><br>• Ćwiczenie:<br>Uczniowie mają za zadanie wymyśleć 2-3 działania o charakterze promocyjnym dla wybranego przez siebie, lokalnego przedsiębiorstwa, które mogłyby być realizowane w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, i inne). Praca w grupach 3-4 osobowych. Na zakończenie zajęć uczniowie krótko prezentują swoje prace przed całą klasą. |
| **Część teoretyczna** | Część teoretyczna zajęć została podzielona na trzy części:<br><br>1) Wprowadzenie – przedstawienie pojęcia technologii informacyjno-komunikacyjnych (TIK, z ang. Information and communication technologies (ICT)) i ich wykorzystania w marketingu.<br>2) Zdefiniowanie pojęcia mediów społecznościowych, przedstawienie ich rodzajów.<br>3) Omówienie przykładów działań marketingowych w mediach społecznościowych.<br><br>Wiedza zawarta w części teoretycznej stanowi niezbędne wprowadzenie do zagadnień związanych z planowaniem działań marketingowych w mediach społecznościowych (social media). |
| **Część praktycznych przykładów** | W drugiej części zajęcia przybierają formę praktyczną – uczniowie realizują ćwiczenie. Ćwiczenie realizowane jest w grupach (3-4 osoby). Na koniec zajęć uczniowie przedstawiają zaprojektowane przez siebie działania marketingowe w social mediach dla wybranego przez siebie przedsiębiorstwa przed całą klasą. |
| **Używane sprężyny** | • Zimmermann, J. (2015). Social media marketing all-in-one for dummies. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc.<br>• Popović, K. (2016). Satellite marketing : using social media to create engagement. Boca Raton; London; New York: CRC Press/Taylor & Francis Group.<br>• Lipschultz, J. H. (2015). Social media communication : concepts, practices, data, law and ethics. New York ; London : Routledge. |

Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union